MANUELA CASSANO/ESPECIAL/JC



Ge

Segurança é norte de negócios inclusivos

Evitar a contaminação cruzada é um desafio para negócios que têm como proposta atender restrições alimentares. É com esse rigor que Fabiana Disegna comanda a Faz Bem, operação de gastronomia inclusiva

Página Central

EDITORIAL

Transparência para criar confiança

Para quem convive com doença celíaca ou alergia à proteína do leite, comer fora sempre foi um exercício de desconfiança: perguntar, insistir, explicar ao garçom que "só um pouquinho" pode significar dias de mal-estar — ou uma ida à emergência. E essa dor tem nome técnico: contaminação cruzada. Não basta tirar o glúten da receita. É preciso garantir que a farinha comum não divida a mesma bancada, a mesma peneira, o mesmo óleo de fritura ou a mesma prateleira.

Essa dinâmica de virar quase um detetive de cardápio também faz parte da rotina de quem não consome produtos com insumos de origem animal.

É aqui que o nicho vira modelo de negócio, já que muitas operações mais tradicionais não estão preparadas para atender esse tipo de demanda. Ou seja, quem atende esse público não vende só pão ou bolo. Vende processo, rastreabilidade e transparência. E esse é o tema da Página Central desta edição, onde contamos histórias de negócios que surgem a partir da garantia de que o consumidor não terá contato com aquilo que não quer ou não pode comer, como receitas que levam glúten ou insumos de origem animal em seu preparo.

Essas iniciativas mostram que há muita potência em empreender no nicho, desde que seja feito com rigor e com identificação genuína. Não basta surfas na onda. É preciso entender o que um cliente já viveu para, assim, atender com empatia àquelas necessidades. Seguir essa premissa pode ser a chave para criar uma relação duradoura e de confiança com quem encontra em um negócio uma alternativa de vida.

ISADORA JACOBY
@isajacoby

PITCH STOP

Desafios e oportunidades de rodízios virais: confira a nova parada do Pitch Stop

SARAH OLIVEIRA/ESPECIAL/JC



Brigadeiro, pastel, pão de queijo, cachorro-quente. Os rodízios de gastronomia de nicho, que vão muito além da clássica pizza, têm ganhado as redes sociais e se tornado aposta de novos negócios. O modelo de negócio é o tema do novo episódio do Pitch Stop, videocast do JCast apresentado por Isadora Jacoby, que recebeu as empreendedoras Li Winck, à frente do Brigadeiros da Li, operação da Cidade Baixa que oferece rodízio com mais de 20 sabores de brigadeiro, e Andresa Terrano, nome à frente da Terrano Cafeteria, de Viamão, que opera com rodízio de pão de queijo recheado. Durante a conversa, as convidadas detalharam os bastidores de suas operações e apontaram os caminhos para transformar o apelo viral da internet em negócios sustentáveis na Região Metropolitana.

Confira os principais insights do negócio:

1. Gestão da explosão de demanda e adaptação operacional: a viralização nas redes sociais traz uma demanda imediata que exige rápida adequação física, de processos e de pessoal. Para sustentar o fluxo — que chegou a gerar filas de 100 pessoas para apenas quatro mesas —, a Brigadeiros da Li precisou expandir sua equipe de três para cerca de 30 colaboradores e migrar para um casarão capaz de atender até 160 clientes simultaneamente, além de enfrentar gargalos estruturais como a limitação da rede elétrica do prédio histórico. Já na Terrano Cafeteria, o desafio envolveu a escassez de mão de obra comprometida e a adaptação de um espaço físico reduzido, exigindo meses de ajustes na equipe para absorver o impacto operacional sem perder a qualidade do serviço.

2. Engenharia de estoque e combate ao desperdício: trabalhar com ofertas ilimitadas de produtos perecíveis exige equilíbrio rigoroso entre suprir a mesa do cliente e evitar perdas financeiras, já que fatores como chuva ou eventos alteram bruscamente o fluxo. As empresárias destacaram estratégias de reaproveitamento, como o ajuste no tamanho das porções — reduzindo o peso dos pães de queijo de 90 gramas para evitar que o cliente dê apenas uma mordida e deixe sobras —, a rotação unificada de insumos entre o estoque do delivery, o balcão da cafeteria e o rodízio, e a destinação dos excedentes para brindes para clientes.

3. Estratégias para sustentar a recorrência e fidelização: passado o efeito da novidade, o maior desafio dos negócios virais é garantir que o público retorne. Entre as táticas adotadas para gerar engajamento contínuo estão a renovação constante do cardápio — como a alteração semanal dos 25 sabores de brigadeiro oferecidos e o lançamento de novos recheios de pão de queijo —, a ampliação do mix com acompanhamentos salgados para agradar grupos variados e a aposta no fator afetivo, transformando a refeição em uma experiência nostálgica.



O rodízio foi como uma válvula de escape. Hoje, contribui com mais de 60% da nossa receita

Andresa Terrano



Não tinha onde colocar, não tinha estrutura, não tinha dinheiro, não tinha nada. Tinha um sonho, o brigadeiro e uma fila imensa

Li Winck

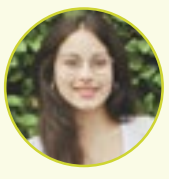
Ge



ISADORA JACOBY
Editora-assistente
@isajacoby



JÚLIA FERNANDES
Repórter
@eujuliafernandes



MANUELA CASSANO
Estagiária
@manu.cassano



GUSTAVO MARCHANT
Estagiário
@marchxnt

Editor-chefe: Guilherme Kolling

Projeto gráfico: Luís Gustavo Van Ondheusden

Bar de empanadas é novidade no Bom Fim

GUSTAVO MARCHANT/ESPECIAL/JC



Ricardo Tetelbom e Tiago Kaplan são sócios do Dona Empa, novidade na Alameda Bom Fim

Com fernet, vinho e inspiração argentina, o Dona Empa foca nas empanadas

NOVIDADE

GUSTAVO MARCHANT
gustavos@jcrs.com.br

Degustar empanadas, fernet e vinho como se estivesse na casa de avó. Essa é a proposta do **Dona Empa** , bar focado em empanadas que chegou na metade de novembro à Alameda Bom Fim. Os nomes por trás da operação, Ricardo Tetelbom, ex-Cookie do Foca, e Tiago Kaplan, sócio da Alfajores Odara, dizem que a proximidade entre a cultura porto-alegrense e portenha é o que moveu a operação.

"Porto Alegre tem essa veia latina e argentina muito forte. As pessoas aqui gostam e estão acostumadas com essas referências, então trouxemos isso misturado com a ideia de bar: ter fernet, vinho, cerveja, música e empanadas feitas na hora, que combinam muito com uma comida rápida e boa", explica Ricardo, que, ao lado do amigo, trouxe como estratégia de fidelização a personagem Dona Empa, que conversa em primeira pessoa com os clientes nas redes sociais. "A gente juntou uma avó caricata argentina — que brincamos ser uma 'abuela' para a cidade inteira — com as nossas próprias memórias familiares afetivas", detalha Tiago.

Nessa onda, Ricardo diz que a loja de número 5 na Alameda Bom Fim não requer formalidade e, apesar de ser considerado um negócio pequeno, busca emular uma casa de avó. "Tu chegas, pode tirar o tênis, sentar no sofá, pegar uma empanada e uma bebida e aproveitar com os amigos", complementa.

Sabores vão do espinafre ao doce de leite

O cardápio do bar de empanas prioriza o respeito aos formatos e preparos típicos argentina. Entre as opções salgadas, o menu reúne alternativas como Carne — a mais vendida até então —, Jamón y Queso, Pollo Cremoso, Humita e Espinaca y Ricota. Para a sobremesa, há empanadas de Banana y Dulce de Leche Banana y Dulche de Leche e Del Méc.

Com unidades que custam entre R$ 15,00 e R$ 17,00, Ricardo e Tiago pontuam que o tíquete médio é acessível, já que uma refeição com duas empanadas e um refrigerante fica em torno de R$ 35,00. Para quem prefere acompanhar o lanche com uma cerveja no happy hour, o valor médio gira em R$ 42,00 — o bar dispõe de Fernet Cola, vinhos e long necks.

As receitas foram desenvolvidas originalmente pelos próprios sócios na cozinha de casa, utilizando o forno pessoal de Tiago, que hoje faz parte do equipamento da loja. No local, também há objetos com história própria, como um rolo de massa artesanal antigo e caixas de guardar cartas que pertenceram à avó de Ricardo. "Criamos um lugar afetivo a partir do momento em que as pessoas conseguem enxergar que cada detalhe tem um motivo de existência", ressalta Ricardo. Para os próximos meses, a ideia é lançar caixas de empanadas congeladas.

Endereço e horário de funcionamento

Na Alameda Bom Fim, localizada na rua Fernandes Vieira, nº 518, a Dona Empa ocupa a loja 5 e abre de quarta a sexta, das 14h às 22h; aos sábados, das 11h às 22h; e aos domingos, das 11h às 20h.

GABRIEL POMPEO/DIVULGAÇÃO/JC



As empanas custam entre R$ 15,00 e R$ 17,00

MURAL

A Vivo segue até o dia 16 de dezembro com inscrições para o Programa de Estágio 2027, com vagas em Porto Alegre na trilha Start. A bolsa-auxílio varia de R$ 1.660 a R$ 2.075 por mês, e 50% das vagas são reservadas a pessoas negras. Podem participar estudantes de qualquer curso de bacharelado ou tecnólogo com disponibilidade para estagiar 6h por dia, em modelo híbrido, com três jornadas presenciais. A seleção tem testes online, painéis e entrevistas, com admissão a partir de março de 2027. Mais informações em **bit.ly/bvg32.**

A Câmara Municipal de Porto Alegre recebe, até a próxima terça-feira (1), as inscrições para estágio. As oportunidades são para estudantes de Ensino Médio, cursos técnicos e de 24 graduações. Para quem já está na faculdade, a bolsa-auxílio é de R$ 1.158,04 para jornada de 20h semanais e de R$ 1.737,08 para 30h. O ingresso ocorre por meio de uma prova objetiva online com 20 questões de língua portuguesa. Mais informações em **bit.ly/3VHHrXi.**

O Grupo Hospitalar Conceição (GHC) está com inscrições abertas para concurso até 4 de dezembro. O edital forma cadastro de reserva para 52 cargos de níveis fundamental, técnico e superior.

EVENTOS

O Instituto Caldeira realiza, na terça que vem, 1º de dezembro, a 3ª edição do AI Day Caldeira, evento dedicado à aplicação de Inteligência Artificial nos negócios. A programação está organizada em oito trilhas temáticas, cada uma com palco próprio: indústria, agro, varejo, pessoas, saúde, finanças, educação e gov tech. Entre os conteúdos confirmados estão cases de Mercado Livre, Itaú, Lojas Renner, Agibank, Sicredi e Unimed Porto Alegre, além de palestras de executivos da NVIDIA e do Google Cloud. O evento também tem quatro workshops práticos, com vagas limitadas. Saiba mais em **aiday.institutocaldeira.org.br**

O encontro Negócio da China – Tendências, futuro, importação e marketing acontece na próxima quarta-feira (2) de dezembro, no Mini Auditório da Unitec, na avenida Unisinos, nº 950, em São Leopoldo. Voltado a empresários, lojistas e profissionais de e-commerce, o evento analisará como as transformações do mercado asiático podem ser aplicadas aos negócios brasileiros. A programação terá quatro eixos temáticos: ecossistema de inovação na China; importação e negociação com fornecedores; novos formatos de varejo e experiência de consumo; e vendas ao vivo, como live commerce e TikTok Shop. Mais em **bit.ly/4j6CHIB**

Confira estas e outras oportunidades no QR Code ao lado

O Libertino, restaurante localizado no bairro Bom Fim, celebra quatro anos e abre a cozinha para 12 grandes nomes da gastronomia gaúcha em festa aberta ao público. Entre os nomes, estão Marcelo Schambeck, do Capincho, Leonardo Magni e Lili Andriola, do Mandarinier, Sophia Corá, do Tú Bar; Nícolas Heckel, do Catherine, em Gramado, e o pâtissier Marcelo Gonçalves. Mais informações pelo Instagram @libertino.poa.

Negócios apostam em estratégias de prevenção à contaminação cruzada

ARTUR KOCH/JC



Felipe Neves e Fabiana Disegna são os proprietários da Faz Bem, operação de gastronomia pensada para atender à demanda de pessoas que não podem consumir glúten

Cuidados sanitários na cozinha incentivam o empreendedorismo voltado ao público com restrições alimentares

GASTRONOMIA

MANUELA CASSANO E GUSTAVO MARCHANT
geracaoe@jornaldocomercio.com.br

Em meio ao aumento de opções no setor da alimentação, o público também demanda por opções que atendam a diferentes restrições. Conforme os dados divulgados pela Nielsen na pesquisa "*What´s in our food and on our mind: ingredient and dining-out trends around the world*" (O que está na nossa comida e na nossa mente: tendências de ingredientes e de comer fora ao redor do mundo), 36% dos consumidores ao redor do mundo afirmam que eles próprios ou alguém no seu agregado familiar sofre de uma alergia ou intolerância alimentar.

É mirando nesse público que negócios de Porto Alegre vêm investindo na alimentação inclusiva e na prevenção contra a contaminação cruzada, fenômeno em que compostos são transferidos de uma fonte contaminada para um outro insumo ou alimento.

Um exemplo disso é a **Faz Bem**, marca gaúcha que oferta desde bolos de pote e pães até doces e marmitas saudáveis sem glúten, sem lactose e sem açúcar. O negócio, que aposta em uma alimentação inclusiva para pessoas com restrições alimentares, adotou medidas rigorosas para prevenir a contaminação cruzada.

Foi da necessidade de suprir uma lacuna de renda, durante a pandemia de Covid-19, que o casal Fabiana Disegna e Felipe Neves começou a empreitada com a produção de bolos de pote low-carb.

"A procura ficou tão grande que nos vimos mergulhados naquele mundo de produção pela manhã, tarde e noite", detalha Fabiana.

Após um período inicial, a Faz Bem expandiu a produção para outros doces, salgados e marmitas. A empreendedora relata que a ideia veio de encontro às suas necessidades, visto que ambos são intolerantes à lactose e consideram importante promover a alimentação inclusiva.

"A cozinha ficou pequena e começamos a passar muito trabalho. Foi quando surgiu uma oportunidade financeira de buscar um lugar maior", conta.

Espaço de promoção à saúde

Segundo Fabiana, a consolidação da sede física vem exigindo forte segurança contra a contaminação cruzada. Para ela, uma das maiores motivações da mudança foi poder atender o público celíaco com mais cautela.

"O glúten não pode passar da nossa porta", enfatiza a empreendedora.

Ela também explica que, como o estabelecimento foi uma casa de festas no passado, eles reformaram todos os cômodos, visando neutralizar qualquer vestígio de glúten.

"Tinha glúten para todos os lados. Tivemos que reformar tudo, pintar e mudar a textura das paredes", exemplifica.

Atualmente, a Faz Bem está em processo de obtenção do selo de certificação sem glúten, para garantir segurança e credibilidade. "É o único pré-requisito para entrar aqui dentro, não pode trazer comida de fora", ressalta.

O espaço, até o momento, reúne uma loja para pronta-entrega e retirada, cozinha industrial aberta, um cômodo ocupado pela empresa de colchões Ladir Fabris e um espaço de coworking, inspirado pela participação dos sócios no grupo de networking e geração de negócios BNI.

"As mesas saem, então a gente pode fazer palestras e workshops aqui dentro para até 30 pessoas", detalha Fabiana.

Com móveis inteiramente projetados e construídos por Felipe, o maior investimento foi a aquisição de maquinário para a cozinha. "Os freezers têm um custo mais elevado", conta a empreendedora.

Alimentação inclusiva

Tendo uma produção baseada na inclusão, o cardápio da Faz Bem foi projetado a partir da percepção de que pessoas com alergias e intolerâncias eram privadas de momentos sociais simples, como comer o bolo do próprio aniversário. "A alimentação também precisa ser inclusiva", enfatiza.

Visando suprir essa necessidade, a marca engloba pães, brownies, potes de brigadeiros, bolos e, principalmente, marmitas, totalmente sem açúcar, lactose e glúten.

Com receitas aperfeiçoadas e testadas ao longo dos anos, Fabiana compartilha algumas substituições necessárias, como o uso do eritritol para adoçar. "É um adoçante que não eleva a glicemia, não dá desconforto intestinal e nem tem retrogosto", explica.

Já as marmitas são seladas em embalagens profissionais e codificadas por cores para identificação rápida da proteína.

"A de frango é toda em laranja, a de carne em verde escuro, a de peixe em verde claro e a vegetariana em verde total", exemplifica a empresária sobre as embalagens personalizadas.

Entre os pedidos com mais saídas ela destaca o brownie, que custa R$ 11,00 e tem 70g. Outros itens, como o pão low-carb custam R$ 18,00, enquanto as marmitas variam de R$ 19,00 a R$ 27,00, com descontos para compra a partir de 10 unidades.

"Queremos que a pessoa não precise ficar se preocupando pelo poder da culpa de comer um doce ou um açúcar, mas que ela possa ter uma alimentação equilibrada, do doce à marmita", compartilha a empreendedora.

Endereço e horário de funcionamento

A Faz Bem está localizada na avenida General Emílio Lucio Esteves, nº 289, Santa Maria Goretti. O estabelecimento opera de segunda-feira a sexta-feira, das 8h às 18h, e sábado, das 9h às 13h.

Pizzaria vegana na Cidade Baixa foca em entregas de bike

Maratonando vídeos no YouTube, Eduardo Pruvinelli aprendeu a ser pizzaiolo na marra e trouxe este ano para a Cidade Baixa a **Dino Forneria Vegana**, combinando massa napoletana, insumos orgânicos e releituras de sabores clássicos para quem segue ou não o veganismo.

A motivação para empreender na gastronomia veio no fim de 2024, quando Dino, seu ex-companheiro de quatro patas, adoeceu e precisou ser internado. Para arcar com as despesas veterinárias, Eduardo começou a produzir fornadas de focaccia em casa como renda extra sob o nome Pestofu. O projeto funcionou como primeiro passo, mas logo mudou: além de não gerar o retorno esperado, as focaccias não tinham a mesma popularidade das pizzas.

Eis que a produção das napoletanas começou, no forno de casa, com cerca de 10 unidades por noite, e hoje cresceu para uma média diária de 30 pizzas no ponto físico. No endereço, a maior parte é ocupada pela cozinha, mas do lado de fora há um sofá e mesas para quem decide comer no local. O maior movimento ocorre na sexta-feira, dia em que abre a semana de operação, mas o diferencial do negócio foi dar expediente às segundas-feiras — estratégia que vem funcionando aliada a uma escala de quatro dias de trabalho mais um dia de apenas 3h dedicado à produção.

"Procurei alguma coisa que fosse rentabilizar um pouquinho mais. E tinha essa demanda de mercado, porque existiam opções veganas, só que de restaurantes não veganos", revela Eduardo, que também atende o público com Alergia à Proteína do Leite de Vaca (APLV), tomando cuidados para que fornecedores e ingredientes não possuam qualquer traço de leite.

"Tomamos essa precaução, porque rola muita contaminação cruzada. Se tu manejas queijo, é parecido com o celíaco, guardadas as devidas proporções: só de tocar em algo com leite ou usar o mesmo equipamento, já pode dar alergia. Não usamos sequer fornecedores que tenham produtos com leite", afirma Eduardo.

Por essas circunstâncias, o queijo é à base de amido de batata e proteína vegetal, a calabresa é feita de cogumelos e seitan — proteína do trigo —, ingrediente também presente no presunto parma da casa, que ainda leva proteína de ervilha. A massa napoletana não sofreu mudanças, já que normalmente usa-se somente farinha, água, fermento biológico e azeite.

GUSTAVO MARCHANT/ESPECIAL/JC



Eduardo Pruvinelli comanda a Dino Forneria Vegana no bairro Cidade Baixa

Além disso, Eduardo diz priorizar insumos orgânicos comprados em produtores parceiros na Feira Orgânica da Redenção. "Aumenta um pouco o custo das coisas, mas é um negócio que acredito que vale a pena", afirma.

"Queria que a pizza tivesse cara de pizza, já que a minha ideia é abranger não só o público vegano, mas também quem gosta de pizza. Várias pessoas onívoras vieram e curtiram bastante, inclusive disseram que é a melhor pizza até das tradicionais", rememora Eduardo.

No delivery, Eduardo apostou em um site de entregas independente, primeiro operado por motoboys autônomos e agora somente ciclistas da empresa Pedal Express. "As entregas de bike estão sendo muito boas, porque tem várias teles pertinho e o entregador consegue voltar rápido", explica.

O contrato do imóvel que ocupa avenida Venâncio Aires se encerra em maio, por isso, tem planos de se mudar para uma casa maior, ainda na Cidade Baixa, adicionando um espaço para seu hobby: o skate. "A ideia inicial já era abrir com uma mini ramp, não para ser um pico de skate, mas uma pizzaria com pista, visando um espaço mais multicultural", planeja.

Endereço e horário

A Dino fica na avenida Venâncio Aires, nº 301. As pizzas são servidas a partir das 18h30min.

Marca de Porto Alegre aposta no formato delivery em padaria vegana

Com foco na padaria e confeitaria artesanal vegana, a **Voyage Vegan** é uma operação delivery B2C e B2B do bairro Navegantes. Sem leite, ovos e derivados, a marca adota um controle rígido na manipulação de insumos e escolha de fornecedores para evitar a contaminação cruzada.

Fundada pelo casal Gabriela Martins e Gustavo Dietrich, a Voyage Vegan aposta na união do artesanal e do vegano, de forma que, segundo Gabriela, a restrição alimentar não signifique abrir mão de comer bem. "O nosso principal objetivo é unir a gastronomia contemporânea à produção artesanal, valorizando ingredientes, técnicas e processos que resultem em produtos de qualidade", aponta.

Com uma trajetória iniciada em 2024, o desejo do casal era estabelecer um negócio próprio. "Começamos a tirar o projeto do papel e construir, literalmente, tijolo por tijolo a nossa própria área de produção", lembra a sócia.

Após a consolidação de um espaço no bairro Vila Jardim, as operações iniciaram em junho de 2025, exclusivamente via delivery. Em 2026, a marca mudou-se para uma estrutura maior no Navegantes, em meio ao grande aumento de demandas. "Representa muito o nosso esforço e compromisso para construir essa marca sólida com uma identidade própria", compartilha Gabriela.

Como conceito principal da marca, os sócios apostaram na produção voltada para consumidores com restrições alimentares, pessoas que adotam dietas veganas e revendedores.

"Cuidamos desde a seleção dos fornecedores até o processo de produção e escolha de utensílios. Tudo para que não haja nenhum tipo de contaminação cruzada de leite, ovos e derivados", promete a empresária. "Escolhemos os fornecedores a dedo. Fazemos toda uma pesquisa antes para ver se é viável para cada produto entrar dentro da operação", contextualiza.

Segundo Gabriela, um dos desafios desse processo está na seleção ideal dos insumos, visto que, muitos produtos no mercado que são comercializados como veganos têm a contaminação cruzada do leite. "Verificamos os rótulos e tratamos diretamente com o fornecedor", ressalta.

ARQUIVO PESSOAL/JC



Gabriela Martins e Gustavo Dietrich comandam a Voyage Vegan

Com um processo de manipulação de alimentos cuidadoso e uma cozinha especializada para a produção vegana, a Voyage Vegan aposta em padaria e confeitaria artesanal, expandindo recentemente para pratos prontos, como lasanhas. Entre os principais itens do cardápio, ela destaca o cinnamon roll, feito com manteiga vegetal e canela selecionada, pelo valor de R$ 21,90 via WhatsApp e site. Já as empanadas, são vendidas em pacotes de duas unidades por R$ 25,99. Na frente de produção, os insumos frescos e naturais são a prioridade. "Por exemplo, a fatia húngara é feita com compota de abacaxi artesanal, nós compramos a fruta e fazemos a compota do zero", conta.

Visando facilitar as demandas, o investimento operacional contínuo permitiu a mudança de um forno doméstico e sovagem manual, para a aquisição de um forno industrial e maceira profissional. "Procuramos investir em novas opções de cardápio e maquinário também, para estar trazendo sempre novidades", complementa.

Outro aporte considerado primordial pela empresária foi a construção de um site próprio, visando impulsionar o apoio institucional e delivery. "Decidimos investir porque traz uma imagem bem legal para a marca e mais segurança para o cliente", aponta, complementando que um delivery próprio promove um volume de pedidos que foge das taxas exigidas por aplicativos de entrega.

Atualmente, a Voyage Vegan opera somente com os dois sócios nas funções diárias, sendo a contratação de novos funcionários um dos objetivos futuros."- Nós gostaríamos de conseguir depois ir para um lugar maior e poder contratar mais funcionários", conta.

Entre os planos, a expansão de atendimento ao público celíaco também é almejada, visto que atualmente, a maior parte dos produtos contém glúten. "É algo que futuramente, quando a gente crescer, pretendemos ter uma operação e espaço só para isso também."

Comece pelo porquê

ARTIGO

O título deste artigo vem de importante obra, escrita por Simon Sinek, em 2009 ("Start with Why"). O livro é uma referência no mundo do empreendedorismo. Na realidade, a sua leitura é proveitosa para todas as pessoas que atuam no mercado de trabalho. Vou destacar algumas de suas ideias.

Uma de suas teorias mais difundidas é a do "Círculo Dourado", pela qual cada empresa deveria ter três atenções permanentes: o "que" (qualidade dos produtos e serviços oferecidos); o "como" (os seus processos) e o "porquê" (afinal, por que cada empresa existe, qual é o seu propósito?). Isso vale para a Microsoft e para a pequena cafeteria que frequentamos.

A clareza do porquê de sua existência permite o alinhamento de valores e dá energia ao grupo. Contudo, achar o porquê é um processo delicado, que envolve descoberta, a partir da experiência de cada um. Não é algo que possa ser meramente imposto por alguém que se encontre em um cargo superior.

Sinek exemplifica a sua importância prática com o "teste do aipo", idealizando um encontro entre um pequeno empresário e quatro grandes referências do setor alimentício. Cada qual lhe fornece um conselho diferente, para comprar "M&M´s", "leite de aveia", "biscoito" e "aipos".

Caso o porquê desse empreendedor esteja bem definido ("oferecer coisas saudáveis para nossos clientes"), ele passará menos tempo no supermercado, gastará menos dinheiro e terá maior eficiência. Um "porquê" oferece filtros claros para a tomada de decisões.

Ainda, o ato de assegurar que "o que" é feito reflita aquilo em que se acredita garante consistência e a coesão de todos (consumidores, acionistas, trabalhadores, etc.). As pessoas observarão o seu carrinho de compras, com aipos e leite de aveia.

ARQUIVO PESSOAL/JC



DANIEL USTÁRROZ
Professor de Direito e Empreendedorismo da Pucrs

O livro cita o encontro entre Steve Jobs e Steve Wozniak, na Universidade da Califórnia e o desafio assumido de empoderar os indivíduos, através de tecnologia, para liberar o seu instinto criativo.

Para Sinek, com o passar dos anos, as personalidades de Jobs, Wozniak e da Apple eram as mesmas. Na verdade, as personalidades de todos que se sentiam profundamente atraídos pela Apple eram semelhantes.

O funcionário acreditava no "porquê" da companhia e queria nela trabalhar. O consumidor também acreditava em seu "porquê" e adquiria os seus aparelhos. Isso valia inclusive para os acionistas. Todos eram fidelizados a partir dessa "identidade".

Segundo Sinek, as empresas tornam-se relevantes na medida em que os seus colaboradores se sentem protegidos. A percepção de uma cultura cria um sentimento de pertencimento. Quando as pessoas vão ao seu trabalho acreditando que gestores e colegas zelam por elas, tendem a adotar um comportamento benéfico à própria organização.

Essa relação de confiança é essencial para a exploração de novas ideias, aprimoramento de processos e ao atendimento do público. Colaboradores decisivos são aqueles que se identificam com o "porquê" da empresa e agem para deixá-la cada vez melhor. Risco zero significa nenhuma exploração e nenhum avanço para a empresa e para a sociedade. Portanto, oferecer segurança para a necessária experimentação é essencial para a sobrevivência em médio prazo.

Deixo o convite para que cada leitor acesse a obra e tire as suas próprias conclusões.

Encerro o artigo com uma advertência de Herb Kelleher, Presidente da Southwest Airlines: "não se pode ter um bom produto sem pessoas que gostem de vir trabalhar. Simplesmente não dá". Bons gestores sabem da delicadeza desse desafio. Cultivar um "porquê" ajuda muito nessa missão.

Empresa de Novo Hamburgo cresce com arquitetura efêmera em grandes feiras

NEGÓCIOS

MANUELA CASSANO
manuelac@jcrs.com.br

Especializado no fornecimento de estandes para feiras e eventos, o **Grupo JW**, empresa de Novo Hamburgo, opera desde 2020 na área da arquitetura efêmera — dedicada a projetos temporários. Destaque na Expoagas 2026, com quase 1,5 mil m² de estandes, a empresa busca oferecer soluções especializadas às necessidades de diferentes segmentos.

Junto ao gerente executivo Michel Dhein, Janine Wingert é uma das sócias à frente do Grupo JW. Com quase 30 anos de atuação no mercado, a gerente comercial explica que a ideia de criar a empresa surgiu em 2020, durante a pandemia de covid-19.

"Dois parceiros importantes estavam encerrando as atividades, o que nos dificultaria a terceirização de produção e montagem no retorno pós-pandemia. Tinha a visão de um crescimento grande dos eventos presenciais, após a passagem desse episódio, o que efetivamente se concretizou", lembra.

Atuando com autonomia de produção nas áreas de marcenaria, serralheria, comunicação visual, parceiros para montagem, locação de mobiliário e equipamentos, a marca mantém, desde sua fundação, um crescimento de 8% ao ano, acompanhado de investimentos nos processos internos.

"Iniciamos em uma estrutura de 750 m², com uma equipe de cinco pessoas. Em seis anos, estamos numa estrutura com quase 5 mil m² e uma equipe de 30 funcionários diretos, além de profissionais terceirizados, conforme as demandas e o calendário de eventos", detalha Janine.

Atualmente, o Grupo JW atua principalmente em duas frentes: desenvolvimento de projetos, com equipe interna especializada, e execução. "São 100% personalizados. Todo projeto é elaborado após uma reunião de briefing, onde o nosso time comercial e de projetos entende as necessidades, os produtos, as dores, os objetivos dos clientes em cada evento ou feira", explica a empreendedora.

Propondo uma atuação conjunta para atender as necessidades dos clientes, Janine destaca que os principais desafios da operação estão relacionados ao espaço, à identidade visual e à operacionalidade da apresentação. "Alguns estandes com cozinhas completas, alguns com demonstração de produtos e maquinários que exigem estruturas diferenciadas, outros com interações e atividades mais específicas", exemplifica a empreendedora.

ARQUIVO PESSOAL/JC



Junto ao gerente executivo Michel Dhein, Janine Wingert é uma das sócias à frente do Grupo JW

Sob uma perspectiva de expansão, a marca se destacou no ano de 2026 pela presença na Expoagas, evento em que o atendimento se estendeu para 14 clientes, totalizando mais de 1,4 mil m² de estandes montados."Nunca tínhamos montado tantos estandes com tantas metragens e tão complexos como foram na Expoagas", conta Janine.

O grupo também se destacou pela atuação fora do Estado com o atendimento de seis clientes em uma feira supermercadista no Rio de Janeiro, com uma metragem aproximada de 900 m² de área montada.

Tendo como objetivo principal a expansão, a empreendedora salienta que a empresa já construiu um nome no mercado, sendo conhecida por diversos agentes dos setores alimentício, de componentes para calçados, calçadista e metalmecânico. "Temos 100% de aprovação na renovação da nossa carta de clientes", ressalta, acrescentando que as renovações decorrem constantemente de recomendações dentro da carteira de clientes.

Novo pub na Cidade Baixa quer impulsionar a cena do rock na Capital

Inaugurado no fim de outubro, o OverDrive Pub busca valorizar a cultura local

NOVIDADE

GUSTAVO MARCHANT
gustavos@jcrs.com.br

Porto Alegre ganhou um novo ponto de encontro para os amantes do rock and roll. É o **OverDrive Pub (@overdrive_pub)**, inaugurado no fim de outubro na Cidade Baixa, próximo do Largo Zumbi dos Palmares. Fruto da união dos empreendedores de primeira viagem Indy Lopes, Kauê Bilhalva e Edson Lehr, o espaço surge com a missão de fomentar a cena musical da cidade e, para isso, conta com um espaço de 65 lugares com um palco exclusivo para apresentações no segundo andar.

"Para nós, é fundamental criar um espaço onde as pessoas se sintam realmente acolhidas e em um ambiente seguro. A música faz parte do nosso DNA e queremos incentivar a cena cultural local com apresentações acústicas e artes visuais, mas sempre respeitando o entorno e mantendo uma excelente convivência com a vizinhança", aponta Kauê. Com 12 anos de bagagem no segmento, o chefe de bar do pub revela que uma das preocupações neste início de operação é a questão do som.

"Estamos priorizando atrações mais cedo, em formato acústico, com voz e violão, para entender como o espaço se comporta. Queremos curtir boa música, mas evitando entrar pela madrugada para não tumultuar a rua", garante o empreendedor.

FERNANDA BIGIO DAVOGLIO/ESPECIAL/JC



Kauê Bilhalva comanda o negócio em sociedade com os amigos Indy Lopes e Edson Lehr

Cozinha enxuta com opções veganas

No cardápio, a casa aposta na premissa de "fazer o simples bem feito". O carro-chefe da cozinha é o sanduíche Sloppy Joe, servido em três versões: carne moída, frango desfiado e proteína de soja. O menu ainda conta com porções para compartilhar, como bruschettas, batata frita, espetinho de queijo coalho e um trio de massas artesanais — com homus, beterraba ou berinjela. Para adoçar, o pub traz opções como brigadeiros de cacau e chocolate branco, quindim e cookie vegano.

"A gente não quis sair atirando para todo lado, nichamos um pouco para conseguir entregar com qualidade. Não adianta ter muita variedade e se perder no processo", diz Kauê.

Para acompanhar as opções gastronômicas, o pub firmou parceria com os chopes da Cervejaria Dwarf Bier e ainda dispõe de drinks clássicos como caipirinha, fernet cola e negroni, além de doses de cachaça artesanal infusionadas com sabores como jambu, guaco, morango e madeiras. Com o passar do tempo, Kauê planeja aplicar sua expertise como bartender para estruturar uma coquetelaria com mais opções e receitas autorais.

"É melhor começar devagar, resolvendo os ajustes com a operação funcionando, do que abrir com a casa lotada e gerar insatisfação. A nossa ideia é oferecer um ambiente completo: onde o cliente possa comer bem, tomar um chope artesanal e curtir boa música sem precisar trocar de bar ao longo da noite", sintetiza.

No segundo andar, o palco deve ser ampliado em breve para receber bandas com mais espaço. De acordo com o empreendedor, a própria estrutura do imóvel antigo colabora com a sonorização: as paredes de tijolos maciços ajudam a abafar o som e garantem uma boa acústica para a casa.

Endereço e horário de funcionamento

O OverDrive Pub está localizado em um endereço tradicional da rua Sarmento Leite, na altura do nº 1086, no bairro Cidade Baixa. O espaço já abrigou diferentes operações de bares ao longo dos anos. O bar abre de terça a sábado, das 18h à meia-noite.

Hamburgueria de Alvorada com temática roqueira chega a Porto Alegre

NOVIDADE

MANUELA CASSANO
manuelac@jcrs.com.br

Propondo um conceito que mistura o rock clássico com hambúrguer, a **Rock Garage Hamburgueria**, negócio já consolidado em Alvorada, chega a Porto Alegre com uma operação no bairro Moinhos de Vento. Ofertando as linhas clássicas de hambúrgueres, xis e smash burgers, o estabelecimento adiciona um delivery e um espaço na calçada ao novo empreendimento.

Os primos Rafael Raupp e Maurício de Marco estão à frente da nova unidade da Rock Garage na Capital. Segundo Rafael, fundador da marca, a vinda para Porto Alegre atende a um pedido do próprio público. "O nosso público que frequenta a Rock Garage não é o de Alvorada, é da Região Metropolitana. Então, há muito tempo, o pessoal de Porto Alegre já está pedindo uma Rock Garage", detalha.

A escolha do ponto em Porto Alegre leva em consideração, segundo os sócios, as características de consumo da cidade. Segundo eles, mesmo com um local mais enxuto, é possível aproveitar a cultura do consumo em calçadas, presente na Capital, para expandir o espaço. "Queríamos dar um espaço na rua para o pessoal que gosta de ficar e curtir o ambiente de fora também", compartilha Maurício.

Logística da operação

Com oito colaboradores, Rafael considera que parte da produção diária dependa de insumos trazidos de Alvorada, considerando o espaço reduzido em comparação à unidade original. Segundo ele, o nicho do empreendimento exige sempre alimentos frescos. "Se a carne acabou às 22h, fecha o restaurante", compartilha.

, CONS CONSICA VOCTORS ULINUM



O negócio fica na rua Coronel Bordini, n° 705, em Porto Alegre

Com o mesmo cardápio de xis, hambúrgueres e smash burgers, acompanhado pelos tradicionais drinks, os empreendedores ainda trabalham na precificação do cardápio para a nova unidade. "O prédio lá [em Alvorada] é meu, já aqui é alugado. Quando se vai fazer o preço de insumos, tem que precificar tudo, inclusive gastos fixos e variáveis", comenta Rafael.

Considerando presença em um mercado mais concorrido, os empreendedores optaram pela região central da cidade como uma estratégia para impulsionar o alcance da operação em delivery. "A nossa ideia é levar a garagem para dentro de casa", explica Maurício.

Mantendo o conceito que o empreendimento carrega nesses nove anos de operação, a Rock Garage em Porto Alegre manterá decoração temática marcante e ambientação sonora planejada, baseada, principalmente, no rock clássico. "É um som bacana, uma comida de alta qualidade, um atendimento de excelência e com um ambiente agradável", detalha Rafael.

Somando nove anos de história, a Rock Garage Hamburgueria começou como uma operação enxuta na garagem do pai de Rafael. "Eu trabalhava com transporte escolar na época, era a garagem onde guardava as vans", lembra. Após anos de crescimento, a expectativa dos sócios é construir a reputação do negócio entre o público porto-alegrense.

"O que estamos esperando é que Porto Alegre nos abrace que nem Alvorada abraçou", diz.

Há 25 anos, restaurante é referência em picanha no disco na Zona Norte

Somando mais de duas décadas de operação no bairro São Geraldo, em Porto Alegre, a Picanha no Disco é conhecida pela fartura nos pratos

MANUELA CASSANO/ESPECIAL/JC



Lisiane e João Batista Possamai estão à frente do Picanha no Disco, negócio que adaptou o corte nobre ao preparo no disco de arado

NEGÓCIO RAIZ

GUSTAVO MARCHANT
gustavos@jcrs.com.br

Em uma despretensiosa viagem à Fronteira Gaúcha, Lisiane e João Batista Possamai encantaram-se por um bife servido no disco de ferro com cebola refogada. A receita, somada à polenta frita, maionese, salada e pão, virou a marca registrada do **Picanha no Disco (@picanha-nodiscopoa)**, restaurante que perdura há 25 anos no bairro São Geraldo, em Porto Alegre.

Segundo Lisiane, a ideia foi criar uma alternativa à tradição gaúcha, adaptando o conceito de churrasco para oferecer cortes nobres servidos no disco de arado, que vai direto do fogão para a mesa.

"É um prato que agrada, afinal, todo brasileiro gosta de carne. Na época em que a gente trabalhava como economato, ficávamos muito à mercê das regras e instabilidades políticas, então decidimos construir um espaço nosso para ter autonomia e administrar do nosso jeito", explica a proprietária.

Tudo acontece em um casarão histórico

O endereço, no número 823 da avenida Bahia, tem a ver com a história do casal. Os dois já tinham forte ligação com a Zona Norte de Porto Alegre e encontraram na região um casarão que acreditam ser da década de 1930.

"A fachada acho que tem quase 100 anos. Mantivemos os mesmos desenhos arquitetônicos e as vigas da época. A única coisa que a gente fez foi deixar o tijolo à vista, o resto é tudo original", conta Lisiane.

Quando o restaurante foi inaugurado, em 2001, o espaço era mais modesto. Havia apenas 13 mesas e uma parte do espaço era ao ar livre, o que resultava em problemas com a chuva, o vento ou o sol.

Conforme o movimento foi crescendo aos finais de semana, dando até fila de espera, o casal resolveu cobrir e ampliar a estrutura.

"Hoje, temos 24 mesas para até 94 pessoas confortavelmente sentadas", relata.

Por trás do salão, o trabalho é dividido entre Lisiane e João Batista. "O meu marido controla a carne, compra e passa por ele todos os cortes servidos para manter o nosso padrão. Já eu fico na cozinha. Então, um cuida da parte social, conversando com os clientes, e eu fico na execução do serviço", explica a empreendedora.

Segundo Lisiane, a casa é conhecida pela fartura, e, além da picanha, o entrecot com queijo, tomate e orégano virou dos mais pedidos no restaurante. A opção virou um combo com 650g de carne, para duas pessoas.

"Tem gente que, na primeira vez, olha e diz: 'nossa, é muita coisa', e acaba levando para a viagem", brinca.

Ao longo de 25 anos, o cardápio foi sendo ajustado a partir das sugestões de clientes de longa data. "O próprio cliente chegava e dizia: 'fica bom um feijão mexido', e a gente incluía. O entrecot também entrou assim e virou nosso segundo carro-chefe", destaca a proprietária, ressaltando que a familiaridade com os fregueses ocorre por meio da fidelidade ao longo dos anos.

A cada aniversário do restaurante, os clientes são recepcionados com uma garrafa de espumante por conta da casa.

Por mais que inusitada, outra demanda implementada foi o Jantar das Rãs, evento dedicado a adeptos da culinária exótica que acontece a cada 60 dias no restaurante.

Recomeçar sem olhar para trás

Em 2024, a água chegou à altura de 1,20m durante as inundações em Porto Alegre. O restaurante perdeu mercadorias e os móveis, somando um prejuízo entre R$ 300 mil e R$ 400 mil para a reconstrução.

Foram 43 dias fechados, sendo 25 dedicados à reforma, que contou com o apoio de um marceneiro de Santa Cruz do Sul que fez as mesas originais em 2001.

"Liguei para ele e pedi ajuda. Ele veio na raça, lixou todos os tampos, secou a madeira e nos ajudou a restaurar tudo com uma parceria incrível", relembra Lisiane, sobre a retomada do negócio.

Apesar do prejuízo, a família prefere olhar para a frente, sem rememorar as adversidades que o negócio já passou.

"Não é algo que a gente vá cultuar ou deixar em alta. Superamos graças ao nosso trabalho, aos amigos, à saúde e à nossa força de vontade. A volta foi de uma grata alegria em perceber o carinho dos clientes", conclui Lisiane.

Endereço e horário de funcionamento

O Picanha no Disco fica na avenida Bahia, nº 823, no bairro São Geraldo. O restaurante funciona de terça-feira a domingo, das 11h às 15h, mas também é possível locar para eventos.

MANUELA CASSANO/ESPECIAL/JC



Restaurante fica na avenida Bahia, nº 823, no bairro São Geraldo, e opera de terça a domingo